

# Segmentación del mercado

## Variables psicográficas:

-Perfil del consumidor: personas con un poder adquisitivo de medio a alto, abarcamos cualquier status social.

Actitud: tenemos una gran ambición por ganarnos un puesto en el mercado.

Somos personas con estudios y con un gran conocimiento en este sector.

-Personalidad: personas interesadas en la personalización de ordenadores y en el mantenimiento de los mismos.

-Estilo de vida: personas que interactúan en su empleo, estudios y día a día con ordenadores y equipos informáticos.

## Variables socioeconómicas:

Los productos al no ser producidos en masa tendrán un valor adquisitivo medio-alto, por lo cual, nuestra cuota de mercado se reduce